

KOMUNIKACIJSKI PLAN PREMA
ČLANOVIMA I DRUGIM JAVNOSTIMA ZA
2022. GODINU

NEZAVISNA UDRUGA MLADIH





OPIS KOMUNIKACIJSKOG PLANA PREMA ČLANOVIMA I DRUGIM JAVNOSTIMA

Nezavisna udruga mladih će u 2022. godini, prema Strateškom planu donesenom u 2020. godini te planiranim financijskim mogućnostima, kroz planiranu organizaciju i provedbu različitih aktivnosti uložiti napore s ciljem ostvarivanja i/ili poboljšanja komunikacije prema članovima i drugim javnostima.

Provođenje aktivnosti će se pratiti tijekom 2022. godine te će se, uzevši u obzir postignute rezultate, uspjeh pojedinih aktivnosti kao i samog plana u cijelosti, aktivnosti/praksa prenijeti u 2023. godine, odnosno po potrebi aktivnosti izmijeniti u sklopu novog komunikacijskog plana za narednu godinu.

Upravni odbor zadržava pravo na promjenu aktivnosti iz ovog akcijskog plana ako za to budu postojali opravdani razlozi.



CILJEVI KOMUNIKACIJSKOG PLANA PREMA ČLANOVIMA I DRUGIM JAVNOSTIMA

Komunikacijski plan u ovoj se godini, prema uzoru na uspješnu suradnju članova Udruge prilikom kreiranja Strateškog plana Udruge za trogodišnje razdoblje, a i u skladu sa samim nazivom i idejom plana što je poboljšanje komunikacije prema članova Udruge i drugim javnostima, kreirao upravo u suradnji s članovima Udruge na temelju njihova (kritičkog) razmišljanja, inovativnih ideja, prijedloga i dr.

Budući da u prvoj godini provedbe novog, aktivnog strateškog plana Nezavisne udruge mladih, nije provedeno detaljno istraživanje kanala i medijskog prostora koje ciljana javnost konzumira, prvi je i glavni cilj u novoj godini ispitati potrebu članova i drugih javnosti za informiranjem te istražiti i identificirati potencijalne kanale i medijske prostore za provođenje komunikacije i oglašavanje, kao i korist (s naglaskom na zajedničku korist) osiguravatelja medijskog prostora koji mogu ostvariti od korištenja istog kao i potencijalnu korist za lokalnu zajednicu u kojoj Udruga djeluje ali i svih konzumera sadržaja Udruge.

Na temelju svega prethodno navedenog, zaključak je kako je prvotno potrebno ispitati potrebu članova i drugih javnosti za informiranjem i osigurati adekvatne komunikacijske kanale putem kojeg će se odvijati komunikacija sa članovima Udruge, a potom poboljšati trenutne i po potrebi osigurati nove komunikacijske kanale putem kojih će se provoditi komunikacija prema drugim javnostima, sve u cilju povećanja razine upućenosti članova u rad Udruge ali i same vidljivosti i zastupljenosti Udruge na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini.



Ciljevi:

- ispitati potrebu članova i drugih javnosti za informiranjem
- povećati razinu upućenosti članova u svakodnevni rad Udruge i tijela Udruge
- stvoriti komunikaciju koja će biti proaktivna, jasna i otvorena, transparentna, prilagođena svim članovima i ciljanim javnostima kroz kanale koje članovi i ciljana javnost konzumiraju
- informirati javnost o radu Udruge, djelatnostima kojima se Udruga bavi kao i mogućnostima koje Udruga pruža članovima i široj javnosti
- povećati razinu osvještenosti mogućih korisnika, partnera i suradnika na nacionalnoj, lokalnoj i regionalnoj razini o radu Udruge, djelatnostima kojima se Udruga bavi kao i mogućnostima koje Udruga pruža članovima i široj javnosti
- zadržati jednak broj članova ili potencijalno povećati broj članova u odnosu na prethodnu godinu
- filtrirati trenutne medijske kanale kroz koje Udruga komunicira s javnostima
- povećati broj objavljenih medijskih članaka za 20%
- povećati broj objava na službenim kanalima za 10%
- provoditi kontinuiranu evaluaciju komunikacije



PLAN AKTIVNOSTI

Sastavni dio Plana i programa rada je Plan aktivnosti u kojem su navedene konkretne planske aktivnosti.

PLAN AKTIVNOSTI NEZAVISNE UDRUGE MLADIH ZA 2021. GODINU

Cilj	Aktivnost	Vremenski okvir provedbe
Istraživanje i identificiranje adekvatnih kanala za komunikaciju prema članovima i drugim javnostima	<ul style="list-style-type: none">• Ispitivanje potreba članova i drugih javnosti za informiranjem• Pronalaženje adekvatnog kanala za komunikaciju sa članovima• Istraživanje novih društvenih mreža i ostalih medijskih prostora• Analiza postojećih službenih kanala Udruge	Siječanj – ožujak, 2022.
Filtriranje postojećih i mapiranje potencijalnih pružatelja medijskog prostora	<ul style="list-style-type: none">• Filtriranje postojećih pružatelja medijskog prostora te njihove ciljane skupine• Kontaktiranje i upoznavanje potencijalnih pružatelja medijskog prostora• Dogovor potencijalne suradnje	Travanj – lipanj, 2022.
Izrada i distribucija informativnih i	<ul style="list-style-type: none">• Istraživanje interesa ciljane skupine u vidu	Travanj – studeni, 2022.



promotivnih materjala	načina na koji prikupljaju i procesuiraju informacije sa svrhom što boljeg osmišljavanja i distribucije promotivnih materjala <ul style="list-style-type: none">• Osmišljavanje dizajna i izrada istih• Distribucija i marketinške kampanje	
Praćenje i evaluacija komunikacije	<ul style="list-style-type: none">• Evaluacija svih prethodno provedenih aktivnosti/utrošenih napora• Evaluacija komunikacije sa članovima• Identificiranje mogućnosti i prostora za napredovanje, unapređenje komunikacije ali i, ukoliko je potrebno i/ili neizbježno, prekid komunikacije/suradnje• Definiranje konkretnih koraka za unapređenje komunikacije	Kontinuirano (završna evaluacija Plana i komunikacije u prosincu, 2022.)



ZAVRŠNE ODREDBE

Upravni odbor ostavlja mogućnost izmjene ili dopune ovog akcijskog plana prema novonastalim potrebama i mogućnostima.

Mihaela Špiljak

Upravni odbor NUM-a